

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas kegiatan dalam ekonomi tergolong menjadi tiga aktifitas yang merupakan konsep dasar dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya yaitu, aktifitas konsumsi, aktifitas distribusi dan aktifitas produksi. Dari ketiga aktifitas itu merupakan hubungan sebab akibat guna keberlangsungan hidup manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, pada dasarnya manusia mencangkup tiga kebutuhan pokok diantaranya sandang, makanan dan tempat tinggal. Berdasarkan tiga kebutuhan tadi adalah kategori kebutuhan primer.¹

Manusia memiliki beberapa kebutuhan dan keinginan dalam melengkapi keberlangsungan hidupnya dengan memenuhi kebutuhan primer, sekunder dan juga tersiernya, hal itu merupakan hubungan sebab akibat yang erat kaitannya dengan perilaku konsumen dalam kegiatan transaksi ekonomi.

Menurut Engel menyebutkan bahwa pola perilaku konsumen dijuluki dengan “*As activities directly involved in obtaining, consuming, and disposing of products and services, including the decision-making processes that proceed and follow these actions*” dari yang di sebutkan pada pernyataan tadi bisa di katakan jika Membeli, mengkonsumsi, dan memproduksi barang atau jasa adalah semua

¹ Retno Nur Indah, “Darurat Kebutuhan Papan di Era Milenial,” Kementrian Keuangan Republik Indonesia, diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-singkawang/baca-artikel/15037/Darurat-Kebutuhan-Papan-di-Era-Milenial>, pada tanggal 18 Mei 2023 pukul 21.31 WIB.

tindakan yang secara langsung terlibat dalam tindakan konsumen. Ini termasuk mencakup strategi pengambilan keputusan yang digunakan.²

Maka perilaku konsumen adalah suatu metode dan kegiatan pada saat seseorang atau individu berkaitan dengan kegiatan pembelian, pencarian, penilaian produk atau jasa untuk pemenuhan keinginan dan kebutuhannya. Selain itu, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai cara seseorang, kelompok, organisasi, dan masyarakat umum saat melakukan keputusan pada waktu penggunaan dan sebaliknya pada ketentuan produk yang diinginkan. Metode dalam melakukan pengambilan keputusan membahas terkait hubungan dinamis diantara beberapa unsur kognitif dan konatif atau bahkan psikomotorik, yaitu berdasarkan pendekatan searah ataupun pendekatan timbal balik atau saling menggambarkan. Maka tentunya sebagai konsumen selalu mempertimbangkan dulu barang yang akan dibelinya, baik model, pakejng atau kemasan, kegunaan atau fungsi barangnya, kualitas, estetika, harga hingga pertimbangan-pertimbangan lainnya.

Pada era globalisasi saat ini, perubahan besar memengaruhi industri yang terus berkembang. Sehingga dengan adanya era globalisasi ini yang kian terbuka lebar secara komersial. Hadirnya persaingan yang semakin ketat ini menimbulkan golongan pengusaha turut berlomba-lomba dalam menanggapi daya saing untuk memperoleh keunggulan persaingan. Dalam menanggapi era globalisasi industri yang semakin kompetitif ini, perlu kiranya kreatifitas dalam metode pemasaran yang terbaik dalam tata kelola operasional suatu usaha dengan tepat, efektif dan

² Iful Anwar, Budhi Satrio, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4, no. 12 (Desember 2015) : 4

efisien. Suatu usaha harus dapat memahami pola perilaku konsumennya pada pasar serta jangkauan target yang dikemas dengan menawarkan atau menjual produk. Dalam dunia bisnis harga menjadi elemen yang sangat krusial guna menentukan target pasar dan keputusan konsumen atas value barang atau jasa yang ditentukan penjual.

Menurut Kolter dan Armstrong, total atau jumlah yang dibayarkan untuk suatu barang atau jasa disebut harga. Di sisi lain, elemen lain menunjukkan biaya. Harga bersifat elastis, yang berarti bisa berubah sewaktu waktu atau fluktuatif. Selain itu, harga dapat didefinisikan sebagai kuantitas uang yang ditukarkan pelanggan dalam mendapatkan hingga menggunakan berbagai bentuk barang dan layanan berdasarkan ketentuan produk yang diinginkan, penetapan harga adalah langkah pertama kali yang harus dilakukan dalam kegiatan usaha, terlebih saat akan melakukan peningkatan produk-produk baru, penetapan harga beli dapat menjadi bumerang bagi pelaku usaha sebab suatu keputusan menetapkan harga beli cukup kompleks dan harus benar-benar diperhatikan beberapa hal yang mempengaruhi.³

Islam mengajarkan dalam penentuan keadilan (al-'adl) yang menjadi patokan pertama. Selain itu para ulama bersepakat bahwa dalam islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas (invisible hand), namun hanya bersifat insidental pemerintah dapat memberikan kebijakan dalam ketentuan harga, Prinsip-prinsip ini berfungsi untuk mendorong stabilitas harga yang proporsional, dengan ketentuan harga pasar berdasarkan nilai jasa atau kualitas barang yang diterima. Konsep yang

³ Sarini Kodu, "Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza," *Jurnal EMBA* 1, No.3 (September 2013): 1252, <https://doi.org/10.35794/emba.1.3.2013.2536>

paling krusial dalam menciptakan suatu produk adalah dengan memperhatikan kualitas produk itu sendiri, ciri produk yang berkualitas merupakan produk yang kehadirannya dapat di terima oleh konsumen dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Kotler mengatakan bahwa kualitas produk mencakup segala hal yang mencakup aspek dan sifat dari produk ataupun jasa yang melibatkan kemampuan produk dalam pemenuhan kebutuhan yang disampaikan atau terkandung di dalamnya. Ketika produk digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan dalam mempertahankan loyalitas mereka, itu disebut sebagai kualitas produk. Kesesuaian pengguna suatu produk jika produk tersebut tahan lama dan meningkatkan citra atau status penggunanya, keawetan produk, terdapat garansi atau jaminan kualitas dan sesuai dengan etika produksi dan konsumsi.

Mannan menyebutkan bahwa konsumsi merupakan permintaan (Demand) sementara produksi merupakan penawaran (supply). Kebutuhan konsumen yang sampai detik ini telah di perhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok untuk kegiatan ekonomi setiap individu. Kemungkinan mereka bukan hanya meraup pendapatannya, tapi juga turut menarik insentif guna mengembangkannya.⁴ Adapun pola berkonsumsi dalam Islam yang orientasinya pada masalah terhadap pemenuhan atas yang dibutuhkan serta kewajibannya. Yusuf Qardhawi menyatakan bahwa beberapa faktor etika yang terdapat pada konsumsi itu sendiri, seperti

⁴ Eko Supriyanto, *Ekono Islam: Pendekatan Ekonomi Islam dan Konvensional* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 91.

beralasan, jenis produk halal/baik, efisien , tidak bermegah-megahan, menghindari hutang, menghindari kebakhilan dan kikir.

Konsumsi juga bagian dari kegiatan ekonomi manusia dengan tujuan meningkatkan iman dan ibadah kepada Allah SWT agar mendapat keberkahan dan kemakmuran, baik dalam kehidupan dunia maupun di kehidupan setelah mati, baik dengan membelanjakan uang yang mereka peroleh untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri atau untuk melakukan amal shaleh dengan orang lain. Disisi lain al-qur'an turut menyebutkan mengenai prinsip pokok ekonomi islam diantaranya :

1. Allah SWT merupakan penguasa tertinggi demikian pula pemilik mutlak seluruh alam semesta.
2. Manusia merupakan khalifah Allah SWT di muka bumi dan bukan pemilik sebenarnya.
3. Segala yang didapatkan dan dimiliki manusia merupakan atas rahmat Allah SWT. maka sebabnya, manusia yang kurang beruntung memiliki hak untuk memperoleh sebagian dari harta milik saudaranya.
4. Harta harus terus berputar, tidak boleh di timbun.
5. Eksploitasi dalam berbagai upaya, termasuk riba, harus di tiadakan.
6. Mengimplementasikan sistem warisan islam (Mawarits/Faraidl) sebagai Upaya pembagian kembali kekayaan yang mungkin dapat menghapus konflik yang beragam antara individu.

7. Mengimplementasikan berbagai pola sedekah, baik yang wajib maupun sukarela, pada Individu-individu yang memiliki kekayaan berlimpah dalam upaya memberikan bantuan kepada warga masyarakat yang kurang mampu.⁵

Namun, dari perspektif konvensional, pemaksimalan manfaat atau kepuasan sangat terkait dengan kegiatan konsumsi. Selain itu, konsumsi berhubungan dengan peran iman karena iman menentukan cara hidup seseorang, moral, preferensi, dan sumber daya, yang berdampak pada kepribadian mereka.

Berikut hal yang perlu diperhatikan dalam pembelian berdasarkan Al-Qur'an:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan Termasuk hamba-hamba Tuhan yang Maha Pengasih Orang-Orang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula kikir, diantara keduanya secara wajar.” (Q.S Al-Furqan: 67)

Islam menyatakan bahwa anugerah Allah milik semua makhluk. Anugerah yang terletak pada sesuatu dalam kepemilikan seseorang tidak menjamin mereka dapat memanfaatkannya untuk diri mereka sendiri; sebaliknya, orang lain tetap berhak atas anugerah tersebut meskipun mereka tidak menerimanya. Ketentuan-ketentuan yang ditemukan dalam al-Qur'an dan as-Sunnah, seperti hidup hemat dan tidak bermegah-megahan, adalah dasar dari sistem ekonomi Islam. Di mana perilaku ekonomi digunakan untuk memenuhi kebutuhan bukan sebagai alternatif untuk memenuhi keinginan semata-mata.

⁵ Fahrurrozi, *Ekonomi Syariah Pendekatan Historis dan Teoritis* (Yogyakarta: Pustaka Egaliter, 2021), 09-10.

Perilaku konsumen muslim sangat bergantung pada berkah produk dan bukan harganya. Saat ini, banyak pengaruh dari budaya atau kultur asing dengan mudah masuk dan mewarnai kehidupan seseorang melalui media sosial. Kebanyakan orang ingin menjalani kehidupan yang baik dan memiliki citra yang baik karena mereka menginginkan kehormatan dan apresiasi diri sendiri dan orang lain. Hal ini berdampak pada keinginan belanja pelanggan yang ditandai dengan peningkatan gaya hidup atau gaya hidup. Tidak diragukan lagi, dampak dari hal ini berkaitan dengan cita-cita, usia, dan imajinasi remaja, keinginan untuk menampilkan gaya yang berbeda dari yang lain, dan pola perilaku hingga gaya berpenampilan remaja, yang seringkali menjadi inspirasi bagi outlet pakaian, serta berpenampilan yang tidak umum atau inik kerap kali dijadikan suatu inspirasi bagi usaha outfit.

Di pamekasan terdapat toko legio store yang menyediakan *outfit* (pakaian) dengan dengan citra khas remaja yang memiliki motif dan style yang bervariasi. Toko ini bertepatan di jalan ghazali selatan sungai yang letaknya masih belum dikatakan strategis, karena akses yang harus di lalui masih sulit di jangkau oleh konsumen (plosok), Selain itu popularitas brand dari legio store masih kalah dengan brand distro lainnya. Namun hal itu berbanding terbalik dengan kondisi Legio store yang menjadi sasaran konsumen dalam memperoleh style kekinian (terbaru), meskipun letaknya masih belum dikatakan strategis dan brand dari legio masih belum terlalu populer di kalangan masyarakat. Legio store berhasil eksis dan cukup diminati oleh berbagai kalangan dalam memperoleh style yang berbeda. sebab di

legio store selain menyediakan beraneka macam pakaian seperti kaos, kemeja dan celana.

Legio store juga menyediakan penawaran desain sesuai gambar yang diinginkan konsumennya. Disamping itu outfit (pakaian) ini dapat mengefisiensi pengeluaran (Hemat) dikarenakan harga yang relative murah dibandingkan distro lainnya khususnya yang ada di pamekasan, seperti friday killeer, voltus, jack army dan distro ternama lainnya. Yang membedakan legio store dengan distoro lainnya yaitu, di legio store terdapat layanan sablon DTF (Direct Transfer Film) dengan penawaran desain dan kualitas sablon yang bagus, selain itu di legio store memberikan penawaran kepada konsumennya untuk merequest desain gambar yang sesuai keinginan konsumen. Toko ini mulai beroperasi sejak tahun 2020. Seperti pelaku usaha lainnya legio store juga mengalami kesulitan dalam operasional usahanya akibat dampak dari pandemi covid-19, seiring berjalannya waktu di tahun 2022 toko ini mulai mengembangkan bisnisnya dengan melakukan inovasi dan memulai mitra dengan beberapa Lembaga, organisasi dan komunitas. Potongan harga dilakukan guna menyesuaikan dengan keadaan finansial konsumennya akibat pasca pandemi. Lambat laun legio store ini kian membaik dan cukup gemari bagi kebanyakan masyarakat pamekasan sendiri maupun masyarakat di luar pamekasan. Konsumen dari legio store ini bukan hanya dari masyarakat pamekasan saja namun dari berbagai kabupaten di madura, salah satunya sampang juga kerap kali berbelanja di legio store dikarenakan toko ini menyediakan pakaian (outfit) yang memiliki kualitas tinggi dan bisa memenuhi keinginan konsumennya.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, ada faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Namun, ruang lingkup penelitian ini hanya mencakup sampai di mana variabel yang diteliti dan di mana penelitian dilakukan. sehingga penulis ingin melakukan penelitian dan mempelajari judul yang diangkat, yaitu :

“Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Outfit Di Legio Store Pamekasan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan ketentuan konteks penelitian di atas, maka terdapat beberapa fokus penelitian dibawah ini:

1. Apakah terdapat pengaruh antara harga dan keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi yaitu penilaian peneliti mengenai kebenaran berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Fungsi anggapan dasar dalam suatu penelitian, sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melakukan penelitian, mempertegas variabel yang di teliti dan menentukan serta merumuskan hipotesis.⁶

Oleh karena itu, asumsi yang dibuat oleh peneliti membentuk judul “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.” Dengan kata lain, ada pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pelanggan untuk membeli pakaian di Legio Store Pamekasan.

E. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan solusi sementara yang akan diuji secara penelitian. Hipotesis dianggap sebagai jawaban sementara karena pada awalnya merupakan hasil dari masalah yang diuraikan dalam rumusan masalah. Namun, kebenaran hipotesis sebenarnya harus diuji secara empiris melalui analisis data lapangan. Berikut merupakan hipotesis penelitian ini:

⁶Tim Penulis Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi (Pamekasan: IAIN Madura,2020), 17-18.

1. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.
3. Harga dan kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian outfit di legio store pamekasan.

F. Kegunaan penelitian

Kegunaan ilmiah (teoritis) dan sosial (praktis) dari penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat yang memahami dan berminat terhadapnya. Harapannya, hasil penelitian bisa dimanfaatkan sebagai bacaan dan bahan analisis untuk memperluas pemahaman kita tentang dunia pengetahuan, atau dapat digunakan sebagai referensi maupun bukti empiris tentang Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Outfit Di Legio Store Pamekasan.

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya:

1. Harapannya, hasil penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memperluas pengetahuan dan memberikan pengalaman baru yang dapat membantu perkembangan pemikiran peneliti hingga dapat menjadi salah satu syarat kelulusan.
2. Untuk Civitas Akademik, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi atau rujukan bagi berbagai pihak civitas akademik terutama mahasiswa ekonomi syariah.

3. Bagi pihak legio store, output dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai tambahan informasi dan masukan dalam pengembangan usaha kedepannya.
4. Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu peneliti selanjutnya memecahkan masalah dan memberikan kerangka untuk digunakan sebagai rujukan yang dapat digunakan perbandingan dalam melakukan penelitian berikutnya.

G. Ruang lingkup penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (deduktif), ruanglingkupnya mencangkup batas-batas sampai di mana variabel yang diteliti dan tempat penelitian yang ditentukan. Ada dua variabel yang menjadi sorotan dalam penelitian ini yaitu, variabel independen (X) meliputi Harga (X1), dan kualitas produk (X2), sementara variabel dependen (Variabel Y) keputusan pembelian. Dalam menjaga jangkauan fokus tersebut agar variabel tidak meluas, maka terdapat batasan pada materi yang di teliti dengan mengambil variabel berikut :

1. Variabel *Independen*, Harga (X1)

Variabel harga memiliki empat indikator yang terdiri dari:⁷

- a. Terjangkaunya harga.
- b. Sesuaiannya harga terhadap kualitas produk.
- c. Persaingan harga.

⁷ Ahmad Shohip, “*Pengaruh Harga dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Samyang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN MADURA)*” (Skripsi, IAIN Madura, Madura, 2021).

- d. Sesuainya harga pada manfaat produk.

2. Variabel *Independent*, Kualitas Produk (X2)

Berikut Indikator kualitas produk sebagai berikut:⁸

- a. Kinerja (*Performance*), Kinerja utama dari karakteristik pengoperasian.
- b. Daya tahan (*Durability*), Usia operasi produk yang diharapkan.
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi, dimana karakteristik desain dan karakteristik pelaksanaan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- d. Keistimewaan (*Features*), jumlah sebagai karakteristik utama tambahan.
- e. Keandalan (*Reliability*), probabilitas kerusakan atau tidak berfungsi.
- f. Keindahan (*Aesthetics*), bagaimana produk dilihat, dirasakan, dan di dengar.
- g. Kesan kualitas (*Perceived quality*), persepsi konsumen terhadap seluruh kualitas atau keunggulan suatu produk.
- h. Perceived kualitas atau anggapan pelanggan pada segala aspek kualitas maupun spesifikasi produk.
- i. Pelayanan (*Serviceability*), mudah dan cepat di perbaiki.

3. Variabel *Dependent*, keputusan Pembelian (Y)

⁸ Novita Sari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (Pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam Perspektif Ekonomi Islam" (Skripsi, IAIN Madura, Madura, 2020), 21.

Menurut kotler dan armstrong menyebutkan bahwa keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan yang hendak melakukan pembelian dengan meliputi penentuan apa yang akan dibeli atau sebaliknya. Pengambilan keputusan adalah jeniskegiatan individu yang dilakukan secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang yang di tawarkan. Ditinjau dengan beberapa indikator dibawah ini:

- a. Perhatian (*Attention*).
- b. Ketertarikan (*Interest*).
- c. Keinginan (*Destre*).
- d. Tindakan (*Action*).

4. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek pada penelitian legio store ini terletak di pamekasan, tepatnya di kelurahan jungcangcang jalan haji ghazali selatan sungai.

H. Definisi Istilah

Devinisi istilah merupakan devinisi dari beberapa variabel yang bertujuan untuk menghindari kerancuan pembaca dan memperjelas makna dari judul yang diangkat oleh peneliti. Maka dari itu peneliti bermaksud untuk memaknai istilah-istilah yang dipakai pada judul penelitian yang ditetapkan dibawah ini:

1. Harga

Harga merupakan kesepakatan nilai yang dijadikan sebagai tolak ukur atau persyaratan bagi pertukaran dalam dalam proses kegiatan transaksi pemebelian. Harga sebagai sebuah syarat yang harus dikeluarkan pemebeli untuk menerima

produk, secara sederhana harga dapat di sebut sebagai nominal atau jumlah yang memberikan utilitas berguna dalam memperoleh suatu produk.⁹

2. Kualitas Produk

Keseluruhan aspek, baik sifat ataupun ciri dari suatu produk yang bergantung pada manfaatnya dalam upaya memenuhi kebutuhan sesuai dengan yang diinginkan konsumen merupakan kualitas produk.¹⁰

3. Outfit

Outfit merupakan perlengkapan atau pakaian. Sementara menurut beberapa ahli fashion, outfit juga brarti sebagai penutup tubuh yang di sesuaikan berdasarkan gabungan antara fashion dan tema acara maupun kebutuhan keseharian.¹¹

4. Keputusan Pembelian

Kotler dan Amstrong menyebutkan bahwa Yang dimaksud dengan “keputusan pembelian ini” adalah suatu cara mengevaluasi metode penentuan keputusan selama proses berlangsung, termasuk mengatur apa yang perlu atau tidak perlu dilakukan. Sementara dalam pengertian lain pengambilan keputusan pembelian juga dimaknai dengan suatu solusi dalam penyelesaian sengketa dalam membeli suatu produk sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhannya.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

⁹ Arief Adi Satria, “Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A 36.” *Manajemen dan Start Up Bisnis 2*, no. 1 (April, 2017) : 46.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Eirlangga, 2009): 143.

¹¹ Riani Mudiawati, Siti Mar’atus S, Sri Nur A, Syifa Nurhayati Z, Iwan Ridwan Yusup, “Pengaruh Outfit Terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Pendidikan Semester 7,” *Al-Qalb 11*, no. 2 (Maret, 2010): 84.

Adanya Kajian penelitian terdahulu bertujuan untuk memberikan bahan pertimbangan dalam penelitian ini guna memperkuat pencarian data yang peneliti peroleh, serta dapat digunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah. Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) outfit di legio store pamekasan sebagai berikut:

Tabel 1. 1

Penelitian Terdahulu

No	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	HASIL
1	Muzammil Ilmi Listighfaroh, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	Metode analisis yang digunakan regeresi linier berganda dan sama-sama menggunakan variabel harga dan kualitas produk terhadap	Obejek penelitian yang berbeda antara produk cair feira white shower cream di surabaya dan Outfit di legio store pamekasan	Berdasarkan penelitian yang dilakukan, variabel harga yang di berikan feira shower milk pada konsumen bukan pemicu utama dalam keputusan pembelian.

	Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream di Surabaya”	keputusan pembelian		Sementara kualitas produk dan promosi berpengaruh positif berdasarkan uji t, terhadap keputusan pembelian
2	Ridho Saputra, dengan Judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru”	Metode yang sama dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda dan kesamaan variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian.	Perbedaan terletak pada tempat objek penelitian antara distro label store pekan baru dan oufit di legio store pamekasan	Dapat di simpulkan adalah bahwa harga dan kualitas produk memiliki dampak besar terhadap keputusan pembelian di Label Store Pekanbaru."

3	Farisa Hasna Nadiya dan Susanti Wahyuningsih, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion <i>3second</i> di Marketplace”	Penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda.	Penelitian ini memiliki letak perbedaan pada variabel (X) nya yang memakai 3 variabel yaitu kualitas produk, harga dan citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion <i>3second</i> di Marketplace	"Hasil uji hipotesis H1 menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi 0,901 > 0,05, dan besar nilai t_{hitung} 0,125 > t_{tabel} 11,65882 yang berarti hipotesis pertama di tolak. Sementara Harga, dan Citra Merek
---	---	---	---	---

				berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.
4	Erwin Setiadi, dengan judul “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Syrup Monin Pada Pt. Kharisma Sukses Gemilang”	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama penelitian kuantitatif dengan variabel Independen harga (X) dan sama-sama menggunakan variabel dependen (Y) Keputusan pembelian	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada salah satu variabel independen (X) dengan menggunakan variabel Promosi	Berdasarkan hasil penelitian ini pengaruh yang signifikan ditemukan antara harga (X1) dan promosi (X2) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y) di PT tersebut. Kharisma Sukses Gemilang. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar

				28,900 lebih besar dari f tabel yaitu 3,090 dengan probabilitas 0,000
5	Novita Sari, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pakaian Impor Second Di Pasar Jongkok (Pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir Dalam	Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada variabel dependen (X) yang digunakan yaitu antara variabel harga dan kualitas produk.	Perbedaan di penelitian ini terdapat pada metode analisis yang digunakan yaitu statistik deskriptif dan tempat penelitian yang terletak pada Pasar Jongkok (Pj) Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir.	Berdasarkan hasil penelitian tersebut kesimpulannya adalah hubungan terkait variabel (kualitas produk dan harga) dan variabel (keputusan pembelian) menunjukkan memiliki keberkaitan yang erat. Artinya kualitas produk dan harga berpengaruh secara beriringan

	Perspektif Ekonomi Islam”			pada keputusan pembelian konsumen pakaian impor second.
--	---------------------------------	--	--	---